

3.7 Twitter im Fokus

Botschaften auf den Punkt bringen und schnell verbreiten.

Natalie Stark, betterplace.org

Weil man nur 140 Zeichen Platz hat, ist Twitter ein sehr schneller Kommunikationskanal, der sich im Vergleich zu Facebook besonders durch den Echtzeitcharakter der Botschaften auszeichnet. Außerdem sind die Gespräche öffentlich und hierarchiefrei.

Warum auch NPOs Twitter nutzen sollten

Der Motor des gemeinnützigen Sektors sind engagierte Freiwilligen-Communities, Aktivisten, Spender und Mitarbeiter. Auf Twitter sind viele dieser Menschen – deine Zielgruppe – unterwegs. Der Dienst eignet sich hervorragend, um Sichtbarkeit und Reichweite zu erhöhen und um neue ehrenamtliche Helfer zu gewinnen. Auch als kleine NGO wird deine Stimme hier gehört, wenn du richtig vorgehst: Sprich über aktuelle Themen, teile eure Veranstaltungen, poste deine Expertenmeinung und hilf anderen weiter. Starte Aktionen wie Petitionen oder Umfragen.

Auf Twitter geht es um topaktuelle Themen, klink dich ein, diskutiere mit. Nutze Tools wie Tweetdeck für zielgruppengenaue Recherchen und um Informationen in Echtzeit zu finden. Bitte aber nicht nur immer um Spenden (außer im Katastrophenfall). Die Spender möchten auch wissen, was mit Ihrer Spende erreicht wird, also teile positive Geschichten und Erfolgserlebnisse eurer Projekte, beschreibe eure Arbeit und inspiriere die Menschen, eure gute Sache zu unterstützen.

Best Practice Beispiel: Schon mal was von Rotation Curation gehört?

Häufig bespielt nur eine Person einen Twitter-Account mit Inhalten. Bei der Idee des Rotation Curation hingegen wird der Account in regelmäßigen Abständen (meistens nach einer Woche) von einer anderen Person bespielt. Die einzelnen Twitterer signieren ihren Tweet hierbei meistens mit ihrem Kürzel. Es werden Geschichten erzählt, Emotionen geweckt und die Follower bekommen z. B. die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen. Auf @I_amGermany oder @being_vodafone kannst du dir das Prinzip des wechselnden Betreuers eines Twitter-Accounts anschauen. Auf @I_amGermany twittet mal ein Tourist, mal ein Einheimischer, und so wird Deutschland immer wieder aus einer anderen Perspektive und einem neuen Blickwinkel dargestellt. Die Idee des Rotation Curation lässt

sich wunderbar auf Organisationen übertragen, die z. B. Helfer vor Ort im Einsatzgebiet oder auch wechselnde Volontäre im Einsatz haben.

Erzählt Geschichten – nehmt Eure Follower mit auf eine Reise

Geschichten eignen sich prima für Twitter, weil sie so einfach geteilt werden können (gute shareability). Die Stories über eure Organisation müssen den Leser berühren und mitreißen (s. Storytelling S. 51). Poste, wenn möglich, passende Bilder und Videos. Doch wie soll man eine Geschichten in nur 140 Zeichen erzählen? SeaWatch (@seawatchcrew) zeigt, wie es geht: Die "MS Sea-Watch" ist ein privates Schiff aus Deutschland, das Flüchtlinge im Mittelmeer rettet. Über regelmäßige Status-Update-Tweets nimmt die Crew Ihre Unterstützer mit auf die Reise und hält sie auf dem neuesten Stand. Weil sie dadurch emotional stark in die Einsätze eingebunden werden, ist die Chance groß, dass sie dem Projekt verbunden bleiben und es nicht nur einmalig, sondern langfristig unterstützen.



Abbildung 18: Beispiel-Tweet der Organisation Seawatch: Emotionen in 140 Zeichen.

10 Tipps für erfolgreiches Twittern

1. Tweets mit Fotos und Videos werden doppelt so oft retweetet wie reine Text-Tweets.
2. Erzähle Geschichten (Storytelling).
3. Formuliere aussagekräftig.
4. Verzichte auf Füllwörter (dafür ist ohnehin kein Platz).
5. Sei kreativ und einzigartig.
6. Nutze URL-Verkürzer wie bit.ly, um Links zu personalisieren und die Klickrate zu messen.
7. Schreibe neue Follower direkt und persönlich an.
8. Retweete interessante Infos anderer User, Branchenmeldungen und News.
9. Verwende Hashtags (erleichtert die Kategorisierung).
10. Nutze Listen, um Follower zu gruppieren und die für euch relevanten Follows zu filtern. (Du kannst z. B. eine Liste empfehlenswerter Twitterter zum Thema Online-Fundraising zusammenstellen.)

Zahlen: Ein Blick in die Twitter-Insights

Schaue dir regelmäßig eure Kennzahlen besonders in Bezug auf die Reichweite und Interaktionsrate eurer Beiträge an. Ziehe daraus Rückschlüsse auf die richtigen Formulierungen und die besten Zeitpunkte, um mit euren Followern in Kontakt zu treten. Einfach auf euer Profilbild (neben dem Suchfeld) klicken und dann auf „Analytics“. Auf dem Analytics-Dashboard werden dir Top-Tweets, Top-Erwähnungen, Top-Medien-Tweets und Top-Follower angezeigt. Hier kannst du auch andere Zahlen, etwa zu Tweet-Impressionen, Profilbesuchen, neue Followern, usw. sehen. Du kannst die Aktivität eurer Tweets in einem ausgewählten Zeitraum beobachten und bekommst Infos zu Interessen, Geschlecht und Sprache eurer Follower sowie zu Einflussnehmern, die Links zu euren Inhalten getwittert haben.

Informationen filtern und organisieren mit Twitter-Tools

1. Worüber spricht die Twitter-Community gerade? Was sind die heißesten Trends? Twitterst du z.B. über den Schutz von Wälen, kannst du mit folgenden Tools Gleichgesinnte finden, in Gespräche einsteigen und neue Unterstützer gewinnen: trends.de, twitterthemen.de; what-the-trend.com.
2. Relevante Twitterer und Influencer finden: wefollow.com und twellow.com.
3. Wer schreibt besonders spannende Tweets? favstar.de weiß es.
4. Kostenlose Monitoring Tools? Wenn du bit.ly als Linkverkürzer nutzt, kannst du Klicks auswerten. Mit Refollow siehst du, ob Euch relevante Twitter-Accounts folgen. Mit Klout misst du die Reichweite eures Twitter-Accounts und erkennst Influencer.
5. Den Veröffentlichungszeitpunkt von Tweets planen? Mit Tweetdeck. Außerdem kannst du damit Twitterer in Gruppen einteilen und Hash-tags beobachten.

Zum Schluss noch ein paar erfolgreiche NPO-Twitter-Accounts zur Inspiration:

- @SOZIALHELDEN
- @FlichtingWillkmmn
- @meinbge
- @amnesty_de
- @seawatchcrew
- @msf_de, @WWF_Deutschland
- @charitywater
- @betterplace_org
- @betterplacelab